GUICHARD Estelle
Master 2 Professionnel « Conduite de projets culturels – connaissance des publics »
Promotion : 2006-2007

Note de synthèse

Cours E. Wallon: Politiques culturelles

De l'utopie culturelle à l'épreuve des faits: le cas des artothèques françaises

UFR: Sciences Administratives et Sociales

Les artothèques, historiquement nommées galeries de prêt, sont nées au début du siècle dernier en Allemagne, vers 1906, où un groupe d'artistes – dont le chef de file était Arthur Segal – prirent l'initiative de louer les oeuvres qu'ils ne parvenaient pas à vendre, dans un contexte de crise du marché de l'art. L'ambition était non seulement de relancer la production artistique (les artistes espéraient susciter de la part de l'emprunteur l'achat de l'objet d'art) mais également de faire découvrir leurs oeuvres à une audience plus large que celle exclusive des marchands, afin de familiariser ce public avec de nouvelles conventions esthétiques[1]. Cette initiative fut reprise entre les deux guerres et le concept de galeries de prêt se développa dans toute l'Europe du nord. En France, il faut attendre les années 60-70 pour voir émerger le principe au sein de Maisons de la culture, notamment celles de Grenoble et du Havre qui furent pionnières en la matière. L'idée est pourtant audacieuse: louer une oeuvre d'art comme un livre ou un disque. Désacraliser l'art en le sortant des institutions légitimes et en le faisant rentrer dans la vie quotidienne. La faisabilité du projet tient en la nature même des collections; constitués majoritairement d'estampes et de multiples, les fonds des artothèques peuvent être plus facilement manipulables. Conjointement à la loi sur la décentralisation culturelle, le début des années 1980 marque l'institutionnalisation du phénomène en France. Rapidement une cinquantaine d'artothèques très diverses voient le jour sur le territoire. A l'instar de leur succès dans les pays nordiques, elles portent en elles une grande ambition politique et un nouvel espoir de démocratisation culturelle. Aujourd'hui, vingt-cinq ans après leur création, près de quarante artothèques sont recensées sur le territoire national mais leur succès n'est pas à la hauteur des attentes initiales. L'écart entre les aspirations de départ des artothèques et leur réalité actuelle génère une frustration et une remise en cause de leur légitimité. Le présent rapport se propose de dresser un état des lieux des artothèques en France, en revenant sur la genèse du projet, il tentera de mettre en lumières les difficultés auxquelles elles sont aujourd'hui confrontées et suggérera les perspectives d'avenir pour cet outil de sensibilisation à l'art contemporain.

1. Un dispositif de diffusion artistique novateur et ambitieux

1.1 L'impulsion politique à l'origine

Fort d'une hausse exponentielle de son budget, le Ministère de la Culture crée en son sein dès 1981 une Délégation aux arts plastiques chargée notamment d'investir le domaine de l'art contemporain, jadis délaissé au profit des Beaux-Arts. En s'appuyant sur la politique de décentralisation culturelle votée conjointement, l'objectif de cette Délégation est à terme, la création d'équipements de création et de diffusion sur le territoire national. Le budget accordé aux arts plastiques ayant doublé entre 1981 et 1982, les subventions décidées en 1982 pour développer les « artothèques », sont conséquentes et semblent couvrir l'ensemble du territoire. Dans un souci d'exemplarité, le Ministère de la Culture veille à faire relayer ses initiatives et décisions prises au niveau central, par un renforcement de sa coopération avec les collectivités locales. La création des Conseillers Artistiques Régionaux, appelés après Conseillers pour les Arts Plastiques auprès des DRAC va dans ce sens : en favorisant le dialogue entre l'Etat et ses services décentralisés, elle assure par là même l'autonomie des Régions en matière d'application de la politique artistique.

Claude Mollard, premier délégué aux arts plastiques, suggère la mise en place d'un dispositif de création, de diffusion et de promotion de l'art contemporain sur le territoire qui se concrétise dans la création de structures innovantes : les Fonds Régionaux d'Art Contemporain (FRAC), les centres d'art et les artothèques. C'est Eliane Lecomte, grâce à son expérience au sein de l'artothèque – expérimentale – de Grenoble, qui sera nommée chargée de mission auprès du Ministère de la Culture. Elle est à l'origine du projet ministériel, qui consiste en l'implantation des artothèques en France par le biais de conventions engageant à parité l'Etat et une structure décentralisée, associative, communale,

[1] On notera qu'Arthur Segal (1875-1944) adhérera par la suite au mouvement Dada; mouvement basé sur la subversion des normes esthétiques en vigueur dans les années 1910-1920.

départementale ou régionale[2]. Cette convention, tacitement reconductible tous les ans, se prononce pour un apport financier du Ministère de la Culture ainsi qu'un engagement des collectivités à consacrer un budget annuel (sans précision) au renouvellement des fonds. Mais à la différence des FRAC, dont l'implantation au sein de chef-lieux de Région a été décidée par un décret, la dotation sur le territoire d'artothèques est au bon vouloir des collectivités. Une mesure d'incitation financière est octroyée pour les collectivités voulant « se lancer dans l'aventure »[3], le Ministère de la culture n'intervenant pas pour harmoniser l'implantation des artothèques sur le territoire national.

Dotées d'administration plus souple qu'un musée (certaines étant associatives, municipales, régionales...), l'ambition des artothèques, comme celle des FRAC et centres d'art, répond à deux objectifs principaux:

- combler le fossé qui a longtemps séparé les politiques publiques de la création contemporaine. Claude Mollard souhaite avant tout redonner à la France une place d'envergure sur la scène et le marché artistique international, largement dominé par les Anglo-saxons. Par un soutien massif aux artistes vivants, notamment grâce à la commande publique[4], la Délégation aux arts plastiques montre sa volonté de constituer le « patrimoine vivant » de la France. La constitution de ce patrimoine passe par la promotion de la création artistique au niveau local, par le biais de crédits décentralisés. Ces structures (FRAC, centres d'art et artothèques), qui seront les premières à expérimenter la politique de décentralisation culturelle, ont pour but de recenser et de constituer un fonds d'œuvres d'artistes contemporains à l'échelle régionale ou locale.

- sensibiliser les Français à l'art contemporain en instaurant un rapport plus direct à l'œuvre. Vingt ans après la grande entreprise de démocratisation culturelle lancée par Malraux, les pouvoirs publiques ont conscience des limites et échecs de celle-ci. Pourtant, ils veulent renouer avec telle une ambition, portée par une force de propositions et d'innovation en matière de sensibilisation pour faire accéder l'art dans toutes les couches de la société. Les FRAC, centres d'art et artothèques ont été ainsi conçus pour rompre avec l'image souvent froide et immuable que pouvaient renvoyer les institutions fermées telles que les musées. L'idée était de construire des lieux conviviaux et en mouvements, plus orienter vers les missions de diffusion et de médiation que vers celles de collection, offrant aux visiteurs des services annexes (cafétéria, librairie, point documentation…) et ouverts aux échanges par le biais de conférences ou de débats avec les artistes. Il s'agissait de créer un rapport plus direct, une rencontre originale entre l'œuvre et le public ; cette rencontre étant rendue effective grâce à la multiplication des activités éducatives et de sensibilisation.

1.2 L'application d'un militantisme culturel

Dès le départ, le public occupe une place prépondérante au sein des artothèques. Toutes les actions de sensibilisation sont menées dans un souci d'ouvrir l'art, dans sa forme la plus novatrice, à tous. C'est donc en toute logique que les premières expérimentations d'artothèque se sont déroulées au sein de Maisons de la culture (Le Havre en 1968 ; Grenoble en 1976). Ces *« cathédrales des temps modernes »*, temples de la démocratisation culturelle sous sa forme malracienne, incarnent l'union d'une philosophie esthétique et d'une conception jacobine du service publique. L'idéal de démocratisation culturelle, d'égal accès à la culture n'a cessé d'animer les esprits des porteurs de projets d'artothèques. Aujourd'hui encore, c'est au nom de ce principe démocratique et humaniste que les actions de sensibilisation trouvent leur légitimation.

---

2 Sont mentionnés dans la convention : une déclaration d'intention sur les objectifs à atteindre, un engagement à aller à la rencontre du public et le choix des artistes présentés

3 En 1982, le ministère de la culture accordait une subvention de 200 000 francs pour toutes collectivités désirant créer une artothèque sur son territoire

4 Le recours à commande publique date de la période reconstruction après guerre. A départ, uniquement décorative et utilisée pour rénover des bâtiments, elle connaît une extension de son champs d'action dans les années 1980 où elle devient un acte de soutien à la création contemporaine. La commande publique de l'Etat la plus manifeste (et polémique) est celle passé en 1986 à l'artiste Daniel Buren en vue de repenser la cour d'honneur du Palais-Royal. *Cf* Nathalie Heinich « Buren à Paris: Minimalisme et politique », in *L'art contemporain exposé aux rejets. Etudes de cas*, Paris, Edition Jacqueline Chambon, 1998, pp 33-74

Fidèles à ce principe, ils s'en distancent toutefois qu'en à son application. En effet, la démocratisation culturelle pensée par Malraux sous-tend un refus de la pédagogie ; toute médiation étant considérée comme une entrave entre l'œuvre et le public. A l'inverse, les artothèques, appuyées par une politique culturelle volontariste, ont mis en place très tôt un dispositif de médiation et d'éducation pour atteindre cet objectif. La démarche est militante : si les gens ne peuvent avoir accès à l'art, c'est l'art qui viendra à eux. Au lieu d'attendre que les publics les moins sensibilisés ne surmontent les obstacles socio-culturels qui les séparent des artothèques ; ceux sont ces dernières qui vont à leur rencontre en multipliant les actions « Hors les murs ». L'idée est de sortir l'art de son carcan institutionnel qui le sacralise pour le faire entrer dans le quotidien des gens. Par leurs actions, les artothèques soulèvent des interrogations faisant toujours débats : pourquoi les institutions artistiques (musées, écoles d'art…) auraient-elle le monopole du discours artistique ? Pourquoi ne pourrait-on pas parler d'art en dehors de ce cadre institutionnel ? Doit-on réellement avoir une connaissance très précise de l'art pour y être sensible ?

C'est par le biais d'une médiation individualisée que l'artothèque espère sensibiliser les gens à l'art contemporain. *« Tout est dans la relation humaine »*[5] La démarche est plus qualitative que quantitative, l'objectif étant de faire passer un message, de créer une rencontre originale. La multiplication des actions de sensibilisation est orientée pour accorder à l'emprunteur une autonomie et une liberté de commenter et d'apprécier l'œuvre à sa manière. La mission des artothèques est de rendre le spectateur actif. On ne regarde pas de la même manière une œuvre exposée dans un musée qu'accrochée dans son salon. Emprunter une œuvre d'art (c'est à dire la choisir parmi d'autres, se porter caution, l'emporter et l'installer dans son lieu de vie) n'est pas un acte anodin, cela témoigne du rapport de proximité qu'entretien l'emprunteur avec l'art contemporain. C'est un acte qui engage la personne dans une relation de confiance à l'égard de l'artothèque. Posséder une œuvre d'art chez soi suggère une démarche résolument active de la part de « l'emprunteur ». Elle relève ce que Jean-Claude Passeron nomme le *pacte fort* [6] de la réception iconographique. Emprunter une œuvre d'art est un acte volontaire, supposant un investissement conséquent de la part de personne qui affirme ainsi son goût pour l'art. A la différence de la lecture *« distraitement admirative d'une œuvre lointaine et révérée »* [7] comme cela peut être le cas pour celles présentées dans le cadre d'une institution, l'appréhension de l'œuvre empruntée est strictement personnelle car inhérente à la relation liant l'œuvre à son acquéreur. Les actions de sensibilisation ne visent pas à inculquer un savoir scientifique sur les œuvres mais encouragent le spectateur à trouver lui-même une signification singulière à l'œuvre et à questionner son rapport à l'art.

L'activité de prêt d'œuvres d'art, initialement fonction première des artothèques, s'est substituée à celle développée autour des projets de sensibilisation. Elles se définissent plus comme des pôles de ressources en terme de médiation, en perpétuelle réflexion sur les moyens pour familiariser les publics à la création contemporaine. Même si cette volonté d'aller à la rencontre du public rassemble les artothèques, celles-ci peuvent se contredire sur les modalités d'action. Une généralisation sur le rôle des artothèques semble hasardeuse : leur hétérogénéité administrative, qui au départ semblait un atout, se révèle aujourd'hui un handicap concourant à leur dispersion. Trop disséminées sur le territoire sans réelle cohérence nationale, la question de leur efficience et de leur légitimité se pose avec toujours autant d'acuité.

2. Une efficience aujourd'hui limitée mais une perspective de renouveau pour les artothèques

2.1 Des dysfonctionnements internes latents

[5] Extrait d'entretien réalisé avec Olivier Beaudet, chargé des publics à l'artothèque du limousin – janvier 2007

[6] Passeron Jean-Claude, *Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, 1991

[7] Ibid, p 278

Dès 1985, soit trois ans après leur création, le Ministère de la culture commande une étude à Nathalie Heinich sur les artothèques, afin de dégager les premières conclusions et afin de définir les premières difficultés rencontrées par celles-ci[8]. Il apparaît clairement que ces structures rencontrent de nombreuses difficultés tant administratives que financières qui entravent leur travail de médiation ou d'acquisition. La première difficulté réside dans l'implantation géographique aléatoire des artothèques sur le territoire, créant ainsi des disparités entre les régions fortement dotées de ce type d'établissement culturel (comme la région Rhône-Alpes) et les autres. Deuxièmement, le fait que les artothèques aient une implantation administrative différente donne lieu à des divergences et à des problèmes au cas par cas, impossible de résoudre au niveau central. N. Heinich distingue trois catégories: l'implantation d'artothèque au sein de bibliothèque, au sein d'établissement culturel (Maison de la culture, ancien CAC...) et des structures autonomes. L'hétérogénéité des gestions administratives influence, dans une certaine mesure, le public de l'artothèque. Même si de manière générale, ces dernières accueillent un public plutôt homogène socialement et culturellement, des différences apparaissent selon la structure concernée. Bien que sans recul, cette étude montre que malgré la volonté d'initier le plus grand nombre de personnes à l'art contemporain – et prioritairement aux classes populaires – le public des artothèques recrute massivement dans les couches sociales les plus élevées. En 1985, le public des artothèques est sur-diplômé (86% des emprunteurs sont bacheliers – contre 16% de la population française à cette époque -) et issu de catégories socioprofessionnelles élevées (34% de cadres et professions libérales, 32% de profession intermédiaire). L'emprunt d'œuvres d'art, comme toute pratique culturelle, est une activité socialement déterminée[9] que les actions de médiation mis en place par l'institution tentent d'atténuer. Enfin, le dernier dysfonctionnement que relève N. Heinich est le manque endémique de budget, corrélé au manque d'intérêt que manifestent les Conseillers artistiques à l'égard des artothèques.

Les problèmes survenus dès la création des artothèques laissent des séquelles sur le fonctionnement actuel. Le manque de légitimité dont souffraient les artothèques dans les années 1980 se pérennise encore aujourd'hui. Ce sont souvent des structures précaires, méconnues du public et parfois méprisées par les professionnels de l'art contemporain, dépendant totalement des collectivités territoriales qui les financent. La convention engageant le Ministère de la culture et la collectivité, signant l'acte de vie de l'artothèque, n'oblige pas cette dernière à verser un montant annuel précis de subvention. Ainsi les crédits alloués, délivrés en fonction des « résultats » et du rayonnement de l'institution, ne sont souvent pas à hauteur des besoins et s'amenuisent d'années en années. Ce manque budgétaire s'allie à un désintéressement de l'Etat en la matière, engendrant la marginalisation des artothèques. De fait, certaines artothèques ont fermées (comme celles de Valence ou Montpellier) et le nombre avancé de quarante artothèques sur le territoire reste incertain puisque certaines d'entre elles n'existent que sur le papier (comme celle de Clichy) ou d'autres sont actuellement en sommeil faute de budget (comme par exemple l'artothèque de l'Assistance Publique des Hôpitaux de Paris).

Une des raisons de leur manque de reconnaissance tient également à la nature très hétérogène des ces structures. Plus que des gestions et des implantations administratives différentes, ce sont les modes de fonctionnement et les orientations qui différencient les artothèques: les fonds de certaines d'entre elles sont constituées multiples, d'autres d'originaux, certaines proposent la vente d'œuvres et d'autres pas, certaines privilégient les missions d'éducation (artothèque du Limousin), d'autres d'acquisition (artothèque de Pessac)...Ce dispersement des activités ne contribue pas à créer une identité forte et unitaire des artothèques de France.

Aujourd'hui, toutes les artothèques sont confrontées à écueil majeur: celui de l'homogénéité de leurs publics. Pensés comme des lieux porteurs de démocratisation culturelle, le profil socio-démographique et socio-culturel des emprunteurs ne se distingue pas fondamentalement des visiteurs des musées d'art contemporain[10], c'est à dire un public fortement doté de « capital culturel » comme en témoigne Anais Coenca, directrice de l'artothèque de Saint Cloud *« Notre public est pour beaucoup un public parisien. L'artothèque occupant les locaux de la MJC, nos efforts étaient prioritairement*

---

8 Nathalie Heinich, *Les artothèques en France*, Paris, Service d'Etudes et de Recherches, 1985

9 Cf l'ouvrage fondamental de Pierre Bourdieu et Alain Darbel , *L'amour de l'art. Les musées d'art européen et leur public*, Paris, Minuit, 1969

10 *Cf* Guichard Estelle, *Les publics de l'art contemporain. Etudes de cas*, mémoire de Master 2 Recherche de Sociologie, Univeristé de Limoges, dir. Yvon Lamy, 2006

dirigés vers ce public local... mais qui se révèle minoritaire » C'est un public majoritairement féminin (58%), jeune (40% des emprunteurs ont entre 36-45 ans) et fortement diplômé (60% ont un bac +3 et plus). Il multiplie les pratiques culturelles « usuelles » (lecture, cinéma...) et dans 70% des cas ce public a déjà fréquenté une galerie d'art[11].

Malgré ces difficultés intrinsèques qui ont conduit à la fermeture de certaines structures, de nouvelles artothèques ont vu le jour depuis ces dernières années (Pessac, Saint Malo); preuve que l'originalité du concept continue à séduire des collectivités. En 2000, le Ministère de la culture, sous l'égide de son délégué aux arts plastiques Guy Ansellem, s'est occupé activement du sort des artothèques en organisant les premières rencontres professionnelles à leur sujet. Ce symposium, qui marque l'acte fondateur d'une association nationale regroupant les artothèques de France (ADRA), donne un nouveau souffle à ces structures.

2.2 L'art de la persévérance: vers un nouvel essor des artothèques?

Ce n'est qu'au terme de vingt ans d'existence que les artothèques ont fondé leur association: l'ADRA (Association pour le Développement et la Recherche sur les Artothèques). Cette association, financée par le Ministère de la culture, qui fédère une quinzaine d'artothèques, parmi les plus actives *(cf liste en annexe)*, peut se définir comme une unité de recherche, de diffusion et de médiation pour unifier les artothèques entre elles. En proposant de nouvelles directives et en coordonnant des actions à l'échelle nationale, elle vise à rompre l'isolement des structures. Elle assure également une meilleure communication et entre-aide entre ces dernières (le partage de nouveaux projets de sensibilisation, par exemple). Son rôle est aussi de contribuer à la médiatisation et à la promotion des artothèques en leur conférant une identité forte. En constituant un réseau, l'ADRA – dont le siège social est à Limoges – peut faire poids au sein du milieu professionnel, ce qui l'accrédite de la légitimité institutionnelle dont elle manquait. La création de l'ADRA marque un tournant dans la vie déjà agitée des artothèques de France : elle leur donne crédibilité, une envergure nationale et surtout une envie de persévérer dans leurs activités. Grâce à l'appui de l'ADRA, les artothèques jouissent d'une médiatisation récente et soudaine (*Cf annexe*) qui attire de nouveaux publics.

En effet, la médiatisation télévisuelle grand-public (journal de 13h, divertissements: (« Tout le monde en parle » « On a tout essayé ») ainsi que celle relayée par la presse nationale (Le Parisien, La Croix, Paris-Match...) a permis à l'artothèque de Saint Cloud de tripler sa fréquentation en moins d'un an et demi. Cette hausse s'accompagne d'une diversification des publics, en direction de ceux les moins réceptifs à l'art contemporain. *« Je me souviens lorsque l'artothèque de Saint Cloud est passée sur la chaîne* Téva *dans une émission de décoration d'intérieure, de tendances, plutôt grand public. A la suite de la diffusion de cette émission, j'ai reçu de nombreuses personnes venant dans l'idée de louer un tableau pour l'accorder avec leur canapé. Après cela, nous avons pu travailler avec elles pour aller au-delà de la dimension décorative, pour s'intéresser à l'œuvre d'art elle-même* »[12]. Lorsque le premier pas est fait, lorsque la personne emprunte pour la première fois une oeuvre (souvent pour des questions esthétiques), l'artothèque peut plus facilement sensibiliser la personne à la création contemporaine. Dans 75,5% des cas, une évolution dans les choix stylistiques est visible[13]; les premières oeuvres empruntées étant plus figuratives et les dernières témoignent d'un intérêt pour la conceptualisation. Cette évolution des goûts artistiques démontre la pertinence du travail de médiation et d'initiation mis en place par l'artothèque, afin de répondre à sa mission de démocratisation culturelle.

Aujourd'hui l'artothèque de Grenoble fête ses trente ans. Elle fut pionnière en la matière, a cru en ce projet audacieux et jouit à l'heure actuelle d'une reconnaissance nationale sur le plan artistique. Elle possède un fonds d'œuvres d'art très riche (notamment pour la photographie) qu'elle met en valeur par le biais d'action de médiation et peut rivaliser avec les grandes institutions d'art contemporain.

---

11 i*n* Coenca Anais, *Les artothèques: succès ou insuccès? La Question des publics*, mémoire de maîtrise, ParisI-Panthéon Sorbonne, dir. B. Darras, 2002

12 Extrait d'entretien réalisé avec Anais Coenca, op.cit

13 i*n* Coenca Anais, *Les artothèques: Succès ou insuccès? La Question des publics, op cit*

Les artothèques avaient en germe un concept original et porteur qui a mis vingt ans à se concrétiser. Méconnues du public, inégalement réparties sur le territoire, dotées de statut souvent précaire, le sort de ces structures semblait voué à un avenir incertain. Bien que disposant des outils de sensibilisation les plus inventifs et performants qu'ils ne soient, elles ne bénéficiaient d'aucune reconnaissance institutionnelle. Les artothèques sont aujourd'hui unifiées et organisées grâce à la coordination de l'ADRA et leurs actions mises sur le devant de la scène. Elles montrent des résultats encourageants et prometteurs tant sur le plan du public que sur celui des collections qui méritent un approfondissement. Les artothèques semblent aujourd'hui avoir enfin trouver leur voie, malgré des difficultés récurrentes, et leur place dans le paysage artistico-culturel français tend à se développer dans les années à venir.

BIBLIOGRAPHIE

- ANGELE Marie-Beatrice, *Les artothèques en France*, mémoire de DESS, université Pierre Mendès-France, IEP Grenoble, 1995

- ANSELLEM Guy, *Action/Publics pour l'art contemporain: artothèques 2000*, Paris, Minuit, 2000

- BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain , *L'amour de l'art. Les musées d'art européen et leur public*, Paris, Minuit, 1969

- COENCA Anais, *Les artothèques: succès ou insuccès? La Question des publics*, mémoire de maîtrise, ParisI-Panthéon Sorbonne, dir. B. Darras, 2002

- COLL-SEROR Caroline, *Artothèques: le goût des autres. Interrogations sur l'efficience du prêt d'oeuvres d'art contemporain*, mémoire de DESS (dir: X. Dupuis), université Pierre Mendes-France, IEP Grenoble, 2001

- COURTOIS Claudia, *Les artothèques sensibilisent à l'art contemporain*, La Gazette des communes, n°34, Sept 2002, p 32-34

- FOUR Pierre-Alain, *Les artothèques, des outils novateurs au service de l'art et des publics*, Actes de colloque Caen oct 2000, Ed. Adra, 2002

- GUICHARD Estelle, *Les publics de l'art contemporain. Etudes de cas*, mémoire de Master 2 Recherche de Sociologie, Université de Limoges, dir. Yvon Lamy, 2006

- HEINICH Nathalie, *Les artothèques en France*, Paris, Service d'Etudes et de Recherches, 1985

- La lettre d'information, *Les artothèques, mode d'emploi. Un outil original de diffusion de l'art contemporain* , Ministère de la culture et de la communication, 15 novembre 2000, p 4

- PASSERON Jean-Claude, *Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, 1991

Entretien avec Olivier Beaudet – Chargé des publics à l'artothèque du Limousin

Entretien réalisé le 3 janvier 2007

- Pouvez-vous me parler un peu du réseau artothèque en Limousin, qui est un dispositif original sur le territoire français ?

O.B : Effectivement, le réseau artothèque du Limousin possède une structure assez …ambitieuse car ses quatre antennes réparties sur toute la région permettent d'équilibrer l'offre culturelle sur le territoire en évitant les disparités mais permettent également de mener des actions de sensibilisation à plus grande échelle. L'artothèque du Limousin, dont le siège se trouve dans les locaux de l'hôtel de Région, possède quatre relais en région : le centre d'art et du paysage de l'île de Vassivière, l'espace Peuple et Culture en Corrèze, l'espace Fayolle à Guéret, en Creuse et le relais BFM[14] à Limoges. Ce dispositif est, il est vrai, ambitieux mais il s'avère assez complexe à gérer puisque ces relais sont tous dotés d'une structure juridique différente (associative, municipale…) impliquant, de fait, des missions et objectifs eux même sensiblement différents d'une entité à une autre. Ce qui rassemble toutes ces structures c'est l'acquisition d'œuvres et la promotion de la création contemporaine qui suit une même logique. En effet, la politique d'acquisition et de conservation – ainsi que le projet scientifique et culturel proposé par notre directrice – suivent deux thématiques : le paysage et la figure humaine. En fait, ce sont des grandes lignes directrices qui sont là pour donner une cohérence à la collection, tout en permettant aux autorités de tutelle de garder un œil sur notre travail. Mais comme dans toute collection, ces thématiques sont là pour être dépassées et transgressées pour faire évoluer le fonds et la structure. A chaque fois qu'une œuvre est achetée, sa place fait sens au sein d'un ensemble homogène et elle concourre de fait à la redéfinition permanente de la notion de collection.

- Alors, comment faites-vous pour promouvoir et mettre en valeur ces collections ? Quelles actions de sensibilisation menez-vous ?

O.B : En fait nous menons beaucoup d'actions en dehors de nos relais un peu par la force des choses. Nous n'avons pas de lieu d'exposition, ce qui est à la fois un inconvénient car cela limite les ateliers pour l'accueil des groupes par exemple, mais également un avantage car cela nous permet d'aller réellement à la rencontre des gens, de favoriser un dialogue. En fait, l'artothèque du Limousin, étant régie de manière associative, elle dispose d'une structure beaucoup plus souple qu'un musée, ce qui lui permet d'innover constamment en matière de médiation. On peut aller vers les gens les moins sensibles à l'art et on peut suggérer de nouvelles voies d'actions plus facilement. Par exemple, nous avons mis en place une nouvelle expérience depuis deux ans qui s'appelle « Tout doit disparaître ». D'ailleurs, la dernière édition vient de se terminer à Saint Junien et les habitants ont toujours les œuvres d'art chez eux… En fait, le principe est simple, nous montons une exposition et le public est invité à la fin à ramener une œuvre chez lui. C'est un concept vraiment étonnant…alors je crois que c'est l'artothèque de Grenoble qui a mis en place la première ce dispositif. Les gens sont extrêmement surpris et tous ne font pas la démarche d'emprunter une œuvre, par pudeur peut-être mais tous ont pu parler de cette expérience commune. Moi, j'ai considéré que cette action avait réussi…alors bien sûr seulement trois ou quatre œuvres sont parties mais je trouve que cela a permis aux visiteurs de parler librement, sans avoir peur du regard de l'autre, de parler d'art et en plus d'art contemporain ! Nous avons réitéré l'expérience à Saint Yriex et au musée de Rochechouart avec la même volonté et les réactions ont été à chaque fois très riches. Nous avons également monté des projets avec des plasticiens, beaucoup résidants dans la région mais pas obligatoirement, qui ont donné des résultats très intéressants. Je pense notamment à Marc Pataut, qui est un artiste avec qui nous avons travaillé trois ans durant sa résidence, avec qui nous collaborons toujours, et qui a réalisé une œuvre avec des enfants hospitalisés, souffrants pour la plupart de troubles de l'alimentation. Ce travail a permis de

[14] BFM: Bibliothèque Francophone Multimédia

parler d'art dans un lieu habituellement peu ouvert à ce type de discussion. C'était une belle rencontre, une démarche artistique sensible autant pour ces jeunes que pour l'artiste lui-même. Voilà, c'est ce genre d'actions que nous favorisons, cela sans compter les actions dites « traditionnelles » de médiation dans les relais, mais qui ressemblent à toutes celles que l'on peut trouver dans tous les musées ou, dans une moindre mesure dans les FRAC.

- Les FRAC ne mènent-ils pas des actions de sensibilisation ? Il me semble qu'ils orientent leurs efforts surtout en direction des enfants…
O.B : Vous avez raison…aujourd'hui, effectivement ils ont rattrapé leur retard en multipliant les ateliers et l'accueil des groupes scolaires, mais à l'origine, au début des années 1980, non. Les artothèques et les FRAC ayant été créées en même temps, ces derniers se sont plus tournés vers les missions de conservation et d'acquisition, en délaissant leur mission éducative. C'est pourquoi, au vu du vide laisser en la matière par les FRAC, les artothèques ont développé des actions inédites et diverses de médiation pour élargir l'audience de l'art contemporain. La singularité des artothèques réside en cela ; ce sont à l'heure actuelle peut-être les dispositifs de médiation et de sensibilisation les plus performants, à mon avis.

- Quelles logiques prévalent à l'instauration de ces actions ?
O.B : Je pense que l'animation autour des collections n'aurait jamais pu se faire sans les personnes travaillant dans ces structures, porteuses de changement. C'est parce que ces personnes avaient réellement envie d'aller de l'avant, d'agir pour l'art que ces projets ont abouti. Vous savez, j'ai côtoyé beaucoup de lieux d'art contemporain et cette idée d'accès à la culture n'est pas si répandue que cela…enfin, dans les discours, si …mais lorsqu'il s'agit de mettre en place de réelles actions pertinentes, audacieuses et originales de médiation, il n'y pas grand monde. C'est tellement plus facile de proposer un discours pré-maché où les visiteurs ne font que recevoir des informations, du genre « Tiens cette œuvre, elle dit que… ». Tout doit se passer dans l'échange. La personne est détentrice d'une culture qui lui permet d'appréhender l'œuvre à sa manière. Elle va y voir une interprétation personnelle qui lui correspond. Ce qui est riche de sens, c'est faire naître un débat, un dialogue pour confronter non seulement ses opinions mais également sa vision de l'art qui est une vision de la vie, en fait. Pour arriver à cela, il faut oser des expériences qui bousculent un peu nos idées. Même au sein de notre équipe, il y eu débat lorsque l'opération « L'art en lieu » a été proposée. L'idée était de faire participer les habitants d'un village, en signant un contrat moral avec eux les obligeant à montrer les œuvres qu'ils empruntaient. C'est comme cela que des œuvres se sont retrouvées chez le boucher, chez la coiffeuse ou à la boulangerie du village. L'objectif était d'amener les gens à parler d'art dans les actes de la vie quotidienne et plus particulièrement aux « emprunteurs », responsables de l'œuvre, d'en faire la promotion. La mise en valeur de l'œuvre se fait au cœur d'une discussion de comptoir ou en achetant son pain. Mais cette idée a provoqué certaines réticences au sein de l'équipe, certain pensant que le boucher, sans formation à l'art, n'était pas le plus à même de promouvoir l'œuvre, l'interprétation restant très superficielle. Mais pourquoi pas ? Pourquoi le boucher ne serait-il pas capable de parler d'art en coupant des tranches de viandes ? Moi, je pense que le boucher, qui a choisi l'œuvre de manière sensible, est autant capable de parler d'elle, de la défendre et que son interprétation, bien que non scientifique, se révèle tout à fait valable.

- Savez-vous qui est le public de l'artothèque ?
O.B : Alors, il faut distinguer les relais, et notamment celui de la BFM de Limoges qui ne traite qu'avec les particuliers ou presque et le siège de l'artothèque, qui n'a pas de lieu d'exposition et qui est en fait une grande réserve, et qui ne traite qu'avec les collectivités et entreprises. Lorsque j'ai pris en charge le poste de chargé des publics, il y a 5 ans, c'était très important pour moi de développer la notion de public et plus précisément des publics et de ne plus parler d'usagers ou d'abonnés. Ce sont des publics qu'il faut aller chercher ; des publics tous singuliers à qui il faut parler personnellement. C'est pourquoi, je parle des publics en terme qualitatif et non en terme quantitatif. La fréquentation ne nous intéresse pas vraiment. On essaye de passer à la logique de prêt à celle de public. Alors, bien sûr,

la Région nous demande de présenter des résultats mais qui englobent également la dimension qualitative, ce qui est rare dans le domaine de la culture où l'on veut que tout soit chiffré. C'est vraiment appréciable d'avoir ce type de relation avec notre tutelle, car il ne faut pas oublier que nous sommes quand même des structures très précaires. Alors, en terme de chiffre, quand même, nous avons un peu moins de 100 abonnés sur la Région Limousin. Ce chiffre peut paraître faible mais il est le fruit d'années de travail et cache des relations de confiance qui se sont tissées … et bien d'autres choses inquantifiables.

- Avez-vous vu une évolution de ce public ? Peut-être en terme de composition sociale ou d'acceptation de l'art contemporain….

O.B : En terme de composition sociale, non. C'est à peu près le même public touché depuis le début. Mais bon, je vous dis ça de manière intuitive parce que nous n'avons pas d'étude statistique qui affirme mon opinion. Mais par contre en terme qualitatif, d'acceptation de l'art contemporain, je vois une réelle différence. Par exemple, l'opération « Tout doit disparaître » a été une réussite parce qu'elle a permis à des gens de parler d'art simplement, sans pudeur. J'ai l'impression que les visiteurs n'ont plus peur de dire ce qu'ils pensent de l'art contemporain, même si c'est une idée qu'ils supposent bête…ils osent simplement parler, discuter de ce qu'ils voient, qu'ils aiment ou pas. Il n'y pas plus ce silence pensant, vous savez…. Ce que j'aimerais, c'est que les gens puissent parler d'art aussi simplement que de cinéma ou de lecture. Quand des gens vont voir un film, ils aiment généralement en parler à la sortie, dire ce qu'ils en pensent, en tout simplicité. Et bien mon objectif est vraiment d'amener les visiteurs à parler d'art aussi librement que cela, parler en n'ayant pas peur de faire des contre sens. Je souhaite vraiment instaurer un dialogue avec eux.

- Alors comment définiriez-vous les artothèques ? Cela semble bien plus qu'une galerie de prêt d'œuvres…

O.B : Oui, effectivement. Les artothèques sont bien plus que des unités de prêts, je les considérerais d'avantage comme des pôles de ressources en terme de médiation. Leur but est de favoriser une rencontre entre l'œuvre et le public ou mieux, entre l'artiste et le public. C'est ainsi que nous développons des concepts originaux et variés de médiation comme des rencontres-débats, mais pas sous la forme très stricte et formelle que l'on connaît, ce sont plus des moments conviviaux de partage et de discussion. De même, l'artothèque du Limousin possède une résidence d'artiste à long terme, c'est à dire pour des projets de 3 ans, accueillant des artistes s'inscrivant dans une thématique précise. Après leur passage en résidence, nous continuons à travailler avec eux autour d'expositions, comme cela a été le cas par Marc Pataut mais également pour Anne-Marie Filaire. Nous essayons de faire une continuité entre les artistes pour fidéliser un public ; le but étant toujours de créer une démarche artistique pour la mettre en relation avec le public.

Entretien avec Anaïs Coenca
directrice de l'artothèque de Saint-Cloud

Entretien réalisé le 22 janvier 2007

- Vous avez réalisé un mémoire de maîtrise portant sur les publics des artothèques, pouvez-vous m'esquisser le profil de ces emprunteurs d'œuvres d'art?

En fait, le public des artothèques est un public principalement jeune : 20% ont entre 18-24 ans et 40% entre 36-45 ans et sur-diplômé (60% d'entre eux ont plus d'un bac+3). Les femmes sont aussi un peu plus représentées que les hommes, à hauteur de 58%, comme dans la majorité des musées d'art. Mais peut-être à la différence des musées, les catégories socio-professionnelles sont un peu moins élevées, on note la présence plus soutenue de personnes issues de la classe moyenne (des employés, cadres moyens...) au sein des artothèques, ce qui atteste d'un public aux revenus plus modestes que dans le reste des lieux d'art contemporain ...bien que les différence soient faibles. En tous cas, ce sont des gens qui ont des pratiques culturelles denses, comme la lecture, le cinéma...mais qui ne sont pas des fidèles de sorties plus « élitistes » comme le théâtre ou l'opéra. Il ressortait de mon étude quantitative que ce public avait quand même un rapport privilégié à l'art,. Bien que majoritairement non spécialistes de l'art contemporain, ces personnes avaient une proximité avec les lieux d'exposition (seulement de 10 à 30% des gens n'avaient jamais fréquenté un musée) ou les galeries (70% avaient déjà visité une galerie d'art). Ce public était fortement habitué au principe de location car 90% d'entre eux avaient un abonnement à la bibliothèque, donc une familiarité avec cette pratique. On voyait une évolution dans les choix esthétiques qui allait vers une appréciation de l'art conceptuel :75,5% des gens changaient de goût artistique au bout d'un an d'abonnement à l'artothèque. C'est apparemment le temps nécessaire pour se familiariser avec d'autres références esthétiques. A la fin, les 2/3 des emprunteurs manifestaient un désir d'acheter les oeuvres, lorsque l'occasion leur était donnée; la raison invoquée en premier étant celle artistique et non décorative, comme à leur arrivée.

- Est-ce que vous pouvez me parler plus précisément du public de l'artothèque de Saint Cloud ?

Alors, notre public est pour beaucoup un public parisien...à peu près la moitié des abonnés. L'artothèque occupant les locaux de la MJC, nos efforts étaient prioritairement dirigés vers ce public local... mais qui se révèle minoritaire. C'est quand même un public jeune, mobile, qui n'est pas extrêmement fortuné car nos tarifs oscillent entre 4 euros et 7,50 euros, en fonction de la valeur de l'œuvre, pour la location d'une oeuvre durant un mois. Je pense que ce n'est pas uniquement un public qui ne peut pas se payer une oeuvre d'art – bien que nous en vendons de plus en plus mais à des tarifs raisonnables fixés par l'artiste – mais bien un public qui adhère à ce principe de location et qui cherche à se faire plaisir. Cela fait un an et demi que je suis en poste et j'ai vu la fréquentation tripler. Nous comptons aujourd'hui 60 particuliers, 3 collectivités et 1 entreprise parmi nos abonnées...mais cela évolue très vite. Cette hausse de la fréquentation est due notamment à notre situation géographique, puisque nous sommes la plus proche de Paris et que nous avons bénéficié d'une médiatisation certaine qui a attiré un public différent. Pour illustration...je me souviens lorsque l'artothèque de Saint Cloud est passée sur la chaîne *Téva* dans une émission de décoration d'intérieure, de tendances, plutôt grand public. A la suite de la diffusion de cette émission, j'ai reçu de nombreuses personnes venant dans l'idée de louer un tableau pour l'accorder avec leur canapé. Après cela, nous avons pu travailler avec elles pour aller au delà de la dimension décorative, pour s'intéresser à l'œuvre d'art elle-même...parce que c'est cela que nous recherchons, la rencontre entre l'œuvre et le public.

- Vous faîtes partie de l'ADRA, alors pouvez-vous me dire quel rôle joue cette association dans la coordination des artothèques entre elles ?

Elle a été créée en 2000, sous l'impulsion du Ministère de la culture, pour harmoniser les artothèques sur le territoire. Il fallait une instance qui centralise les données et fixe des grandes directives communes à toutes les structures. C'est plus une cellule de réflexion sur la médiation et la diffusion, elle cherche toujours à innover, car les artothèques sont des lieux vivants, au plus près des publics. Une quinzaine d'artothèques constitue le réseau qui bénéficie aujourd'hui d'une reconnaissance à hauteur de ses compétences. Cette association a été fondée à l'initiative de Claire Tangy, ancienne directrice de l'artothèque de Caen – l'une des artothèques les plus performantes – et est dirigée aujourd'hui par Catherine Texier de l'artothèque du Limousin, où se trouve le siège social. Depuis le colloque de Caen, qui signe un peu l'acte de naissance de l'ADRA, nous observons une amélioration incontestable de nos modes de fonctionnement et une meilleure entente entre toutes les artothèques, qui avant marchaient indépendamment et qui maintenant regardent ensemble l'avenir. De plus, les retombées médiatiques ont été immédiates, cette instance était dotée d'un pouvoir de persuasion et de détermination.

- Quel regard portez-vous sur l'avenir des artothèques en France ?

J'ai confiance en ces structures qui ont déjà de l'expérience et qui ont su résister à de nombreuses tourmentes. Leur nombre reste stable sur le territoire depuis vingt ans, certaines naissent, d'autres disparaissent mais globalement ces structures ont une force de résistance et d'adaptation. Je pense que la location d'œuvres d'art est une pratique qui va se développer de plus en plus comme dans les pays du nord de l'Europe au sein desquels les artothèques rencontrent un grand succès. C'est une pratique qui va s'étendre grâce aux jeunes car ce sont eux qui sont le plus attirés par cette idée de location. L'artothèque questionne non seulement notre rapport à l'art mais également notre rapport aux choses et objets, sur la notion de propriété. Je pense que les jeunes ont plus l'habitude de ce genre de rapports car dans notre société de consommation, tout peut se louer (une voiture, un vélo...). Tout est disponible immédiatement, et c'est cela qui motive les jeunes. Posséder une oeuvre d'art de suite sans l'acheter, pouvoir en changer régulièrement selon ses humeurs et aussi soutenir des artistes peu connus et s'intéresser à l'art contemporain..., ce sont les jeunes qui sont les plus sensibles à cette ouverture d'esprit et c'est sur eux que reposent tous nos espoirs.